

## **BAB V**

### **KESIMPULAN, IMPLIKASI, SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan dapat disimpulkan secara empiris berdasarkan pengolahan data statistik, deskripsi, analisis, dan interpretasi data yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Inovasi Produk dan Kinerja Pemasaran sebesar 0,56 atau sebesar 5,6 %. Semakin meningkat Inovasi Produk yang dilakukan para pelaku UMK maka Kinerja Pemasaran juga meningkat. Begitu pula sebaliknya, semakin menurun Inovasi Produk yang dilakukan, maka semakin rendah pula Kinerja Pemasaran yang diperoleh.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Pemanfaatan *E-commerce* dan Kinerja Pemasaran sebesar 0,48 atau sebesar 4,8%. Artinya, semakin meningkat Pemanfaatan *E-commerce* pada UMK, maka Kinerja Pemasaran UMK juga akan meningkat. Begitu pula sebaliknya, semakin rendah Pemanfaatan *E-commerce* maka semakin rendah pula Kinerja Pemasaran pada UMK.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Inovasi Produk dan Pemanfaatan *E-commerce* terhadap Kinerja Pemasaran sebesar 0,454 atau

sebesar 45,4%. Apabila Inovasi Produk dan Pemanfaatan *E-commerce* meningkat maka Kinerja Pemasaran yang diperoleh juga akan meningkat.

## **B. Implikasi**

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat dilihat bahwa masih terdapat UMK yang belum melakukan inovasi pada produknya. Padahal, suatu usaha harus terus berkembang dan mengikuti perkembangan zaman agar dapat terus mempertahankan kinerja pemasarannya. Salah satunya dengan melakukan inovasi produk. Selain itu, berkembangnya teknologi juga menuntut para pelaku UMK untuk mengupgrade usahanya dari segi penjualan, pemasaran, serta pembayaran. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh UMK adalah dengan memanfaatkan media digital atau yang lebih dikenal dengan *e-commerce*. Inovasi produk dan pemanfaatan *e-commerce* memberikan beberapa implikasi pada kinerja pemasaran seperti:

1. Meningkatkan volume penjualan serta menambah jumlah pelanggan pada UMK.
2. Meningkatkan kreativitas para pelaku UMK karena tingginya daya saing.
3. Memudahkan dalam proses pemasaran serta mengurangi biaya untuk promosi.
4. Meningkatkan jumlah pelanggan dari berbagai tempat, daerah, bahkan luar negeri.
5. Memperluas pasar dan area pemasaran pada UMK.

### C. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang sudah diuraikan sebelumnya, maka peneliti memberikan masukan yang diharapkan dapat menjadi masukan yang bermanfaat, antara lain:

1. Para pelaku UMK sektor kuliner harus selalu melakukan inovasi pada produknya. Dengan melakukan inovasi produk, maka pelaku UMK akan dapat mempertahankan, bahkan meningkatkan kinerja pemasarannya. Karena zaman terus berkembang, maka produk yang dihasilkan pun harus terus dikembangkan
2. Para pelaku UMK harus melek teknologi karena teknologi semakin berkembang dan dapat mempengaruhi proses pemasaran. Dengan memanfaatkan teknologi komunikasi yang sudah semakin canggih, maka akan berdampak pada meningkatnya kinerja pemasaran.
3. Pemerintah Daerah bersama Dinas Koperasi dan UMKM perlu memberikan edukasi kepada para pelaku UMK terkait tentang teknologi dan pemahaman terhadap e-commerce. Hal ini senantiasa agar para pelaku UMK yang belum melek teknologi, diharapkan dapat menguasai teknologi sehingga dapat memanfaatkan *e-commerce* dengan baik.